



واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان

فرهاد جوان^{۱*}، نازنین نعیم آبادی^۱

۱- دکتری گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

چکیده

صنعت گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم یکی از پربازده‌ترین صنایع در کشورهای مختلف بوده و نقش بسیار مهم در رشد و توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال ایفا می‌کند. بنابراین، شناسایی عوامل مؤثر مقاصد گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در جذب گردشگر اهمیت فراوانی در رشد و توسعه این صنعت در کشور ایران و روستاهای آن ایفا می‌کند. در این راستا، مطالعه حاضر به بررسی واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان پرداخته شده است. روش تحقیق تحلیلی و هدف پژوهش نیز کاربردی می‌باشد، به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS و مدل FARAS استفاده شد. نتایج مدل تحلیل اکتشافی نشان داد، در عامل کالبدی، زیرمعیار (وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد) بیشترین درصد اثر و معیار (مناسب بودن تجهیزات تفریحی و ورزشی) کمترین میزان اثر را داشته، در عامل اقتصادی، زیرمعیار (ارزان بودن سفر به روستاهای گیلان) بیشترین میزان تاثیر و و زیر معیار (قیمت مناسب اقامتگاههای رفاهی و سویت‌های گردشگری) کمترین میزان تاثیر را داشته، در نهایت عامل اجتماعی، زیرمعیار (جذابیت سبک زندگی خاص مردم روستای گیلان برای گردشگران) بیشترین میزان تاثیر و زیرمعیار (سطح آگاهی و آموزش ساکنین روستا نسبت به گردشگران) کمترین میزان تاثیر را در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان است. در ادامه نیز نتایج مدل آراس خاکستری نشان داد، به ترتیب بعد کالبدی با مقدار وزن (۰/۵۹۰)، بعد اجتماعی و فرهنگی با مقدار وزن (۰/۵۴۲)، بعد اقتصادی با مقدار وزن (۰/۳۸۹)، بالاترین و پایین‌ترین رتبه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

کلید واژه‌ها: توسعه، تقاضای گردشگری، اکوتوریسم، مناطق روستایی، گیلان.

*پست الکترونیکی نویسنده مسئول: Farhad.javan91@yahoo.com



Analysis of factors affecting the development of tourism demand based on ecotourism in rural areas of Guilan

Farhad Javan^{*1}, Nazanin Naimabadi¹

1- PhD, Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

Abstract

Tourism industry based on ecotourism is one of the most profitable industries in different countries and plays a very important role in economic growth and development and job creation. Therefore, identifying the effective factors of tourism destinations based on ecotourism in attracting tourists plays a great role in the growth and development of this industry in Iran and its villages. In this regard, the present study analyzes the factors affecting the development of tourism demand based on ecotourism in rural areas of Guilan. The research method is analytical and the purpose of the research is practical. In order to analyze the data, SPSS software and FARAS model were used. The results of the exploratory analysis model showed that in the physical factor, existence of beautiful and unique landscapes sub-criteria had the highest percentage of effect and suitability of recreational and sports equipment sub-criteria had the least effect, in the economic factor, the cheap travel to the villages of Guilan sub-criteria had the most impact and reasonable prices of welfare accommodations and tourist suites sub-criteria had the least impact, finally the social factor of attractive lifestyle of the people of Guilan village for tourists sub-criteria had the most impact and level of awareness and education of rural residents towards tourists sub-criteria had the least impact on the development of ecotourism demand in rural areas of Guilan. The results of the gray Aras model showed that the physical dimension with the weight of 0.590, the social and cultural dimension with the weight of 0.542, the economic dimension with the weight of 0.389, have the highest and lowest ranks, respectively.

Keywords: Development, Tourism demand, Ecotourism, Rural areas, Guilan.

* Corresponding author E-mail address: Farhad.javan91@yahoo.com

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از بزرگترین و پربازده‌ترین صنایع در دنیا است که به طور مستقیم و غیرمستقیم فعالیت‌های اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در سال‌های اخیر، گردشگری به عنوان یک منبع درآمد در تجارت جهانی و عامل مهمی در تنظیم تراز پرداخت‌ها و همچنین ارزآوری و تقویت پول ملی مطرح بوده است. این صنعت ۵ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی را با ایجاد صدها میلیون شغل در سراسر جهان به خود اختصاص داده است (گزارش گردشگری و مسافرت، ۲۰۱۱). یکی از شاخه‌های رو به رشد گردشگری، اکوتوریسم روستایی است. اکوتوریسم یکی از ابزارهای با اهمیت توسعه پایدار بین تمامی بخش‌های صنعت گردشگری در حال رشد است و با حصول میلیاردها دلار درآمد به عنوان صنعتی واقعی شناخته شده است (امینیان و همکاران، ۱۳۹۱، ۲). در واقع از مهمترین فعالیت‌های اقتصادی در نقاط مختلف جهان اکوتوریسم به شمار می‌آید که فرصت بسیار مناسبی را در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهد تا از اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و چگونگی محافظت از فرهنگ‌های محلی و طبیعت آگاهی یابند. این شرایط می‌تواند درآمد خوبی را برای جوامع محلی و نواحی دوردست طبیعی به وجود آورد. اکوتوریسم دارای اشکال مختلف و انواع گوناگونی است که بسته به شرایط محیطی متفاوت می‌باشد (Caret, 2000, 113). در واقع اکوتوریسم نوعی از گردشگری در طبیعت است که تاثیرات خیلی کمی را بر محیط زیست و منابع طبیعی وارد می‌نماید و در حفظ و بقای گونه‌ها و زیستگاه‌های طبیعی سهیم می‌باشد (Fennell, 2006).

کشور ایران نیز از موقعیت ممتاز و بی‌بدیلی از نظر ویژگی‌های طبیعی و جاذبه‌های اکوتوریستی در مناطق روستایی در بین کشورهای جهان اسلام و غرب برخوردار است. برخورداری ایران از اقلیم متفاوت باعث شده است، بخشی از کشور از رطوبت و بارش کافی برخوردار بوده و برعکس قسمت اعظم آن با خشکی هوا و گسترش نواحی بیابانی مواجه باشد. چنین ویژگی اقلیمی گستره وسیعی از جاذبه‌های طبیعی را برای اکوتوریست‌ها به ارمغان آورده است. علاوه بر این سایر ویژگی‌های طبیعی کشور به نوعی است که گردشگران زیادی را به سوی خود جلب می‌کند (رخشانی نسب و ضرابی، ۱۳۸۸: ۶).

وجود چشم‌اندازها و مناظر زیبای طبیعت در ایران از کانون‌ها و جاذبه‌های توریست‌پذیری این نوع از جهانگردی می‌باشند (رضوانی، ۱۳۸۲، ۴)، و عاملی مؤثر در توسعه منطقه‌ای با هزینه‌های بهینه، حفاظت همه‌جانبه از محیط زیست با بیشترین توجه توسعه اکوتوریسم در ساماندهی فعالیت‌های اکوتوریستی، محسوب می‌شود. لازمه این امر، بررسی وضع موجود مناطق گردشگری از طریق شناسایی دقیق منابع اکوتوریستی است. بنابراین، اگر چه ایران از نظر برخورداری کانون‌های فرهنگی و تاریخی در رده ده کشور اول دنیا محسوب می‌شود، ولیکن باید دقت نمود ویژگی سرزمینی آن نیز دارای جنبه‌های مثبت فراوانی است به نحوی که نمی‌شود از اکوتوریسم و ژئوتوریسم صرفه نظر کرد (امینیان و همکاران، ۱۳۹۱، ۵). تمام این موارد حاکی از اهمیت بالای این صنعت در اقتصاد جوامع کنونی است. بنابراین مطالعه و شناخت این صنعت می‌تواند برای دولت‌مردان و برنامه‌ریزان بسیار مهم قلمداد شود.

در این راستا یکی از ارکان توسعه گردشگری بر مبنای اکوتوریسم، تقاضای آن است که از ساختار پیچیده‌ای برخوردار است، زیرا انگیزه‌های گردشگری متفاوت است و نمی‌توان به راحتی انواع متغیرهای تاثیرگذار بر آن را مشخص کرد. (دائی کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم به هر مقصد، همواره برای دانش‌پژوهان و نیز مدیران مقاصد گردشگری موضوع بسیار مهمی است. اهمیت این موضوع، به ویژه برای مدیران مقصد، از آن‌روست که آگاهی از عوامل مؤثر ممکن است بر انتخاب بازار هدف و نیز تامین نیازها و خواسته‌های گردشگران مؤثر باشد؛ چون مقاصد با ویژگیهای مختلف، گروه‌های متفاوتی از گردشگران را به سوی خود جلب می‌کنند. انتخاب هر مقصد از سوی گردشگران از یک طرف تابع خواسته‌ها و نیازهای گردشگران و از طرف دیگر، تابع ویژگی‌های گوناگونی است که آن مقصد دارد (زاهدی و همکاران، ۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی را به سه دسته: متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای سمت عرضه و متغیرهای ارتباطی تقسیم می‌کنیم. متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه مبدا هستند که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران تاثیرگذار است. از جمله این متغیرها می‌توان به انگیزه‌های فردی سفر گردشگران، فرهنگ و سن مردم و شرایط جغرافیایی اشاره نمود. متغیرهای سمت عرضه به مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگر پذیر اطلاق می‌شود که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران برای ورود به منطقه‌ی گردشگرپذیر تاثیرگذار است که از آن جمله می‌توان به متغیرهای اقتصادی منطقه گردشگرپذیر همانند سطح توسعه یافتگی و برخورداری از زیرساخت‌های بهداشتی اشاره نمود و در نهایت متغیرهای ارتباطی نیز به آن دسته از متغیرهای اطلاق می‌شود که دو منطقه را به همدیگر مرتبط می‌نماید (جانی و دنیابین، ۱۳۹۶، ۳۴). در این راستا، استان همیشه سبز گیلان در شمال کشور با طبیعتی بکر، کوهستان‌های زیبا و چشمه‌های جوشان پایتخت اکوتوریسم ایران و تابلوی هزار رنگ طبیعت بوده و سالانه پذیرای میلیون‌ها گردشگر داخلی و خارجی است، ولیکن آمار و اطلاعات نشان می‌دهد که روستاهای استان گیلان علی‌رغم

تنوع بی نظیری آب و هوایی و جغرافیایی و جاذبه‌های متنوع نتوانسته است جایگاه مناسب خود را از دیدگاه در سطح ملی و بین‌المللی پیدا کند و ناپایداری در این صنعت در روستاهای استان گیلان به یکی از مشکلات اساسی در این زمینه تبدیل شده است. بنابراین مطالعه حاضر به بررسی واکاوی عوامل موثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان پرداخته است و به بررسی و کنکاش سؤال ذیل می‌باشد.

• عوامل موثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان چه می‌باشند؟ و کدام عامل مهمترین نقش را در توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان به خود اختصاص داده است؟

صنعت گردشگری در تمام کشورهای دنیا عامل موثر رشد و توسعه اقتصادی، درآمدزایی و ایجاد اشتغال است. این صنعت در رشد اقتصادی تاثیر مستقیم و غیرمستقیم می‌گذارد، و از آنجا که گردشگری جزء بخش‌های خدماتی است، درآمد آن در رشد اقتصادی تاثیر مستقیم می‌گذارد، و از سوی دیگر، به سبب پیوندهای بسیاری که گردشگری با سایر بخش‌های اقتصادی دارد، در صورت توسعه این صنعت سایر بخش‌های اقتصادی نیز، که به آن کالا یا خدمات ارائه می‌دهند یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با آن توسعه خواهند یافت (یعقوبی منطری و آقامیری، ۱۳۹۷، ۲۰). صنعت گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای در جهت خدمت‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد. بنابراین گردشگری شامل تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات جهانگردی، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است (مکیننتاش و همکاران، ۱۹۹۵). در این راستا، یکی از شکل‌های گردشگری که امروزه جایگاه منحصر به فردی در عرصه ملی و بین‌المللی پیدا کرده است توریسم بر پایه طبیعت و جذابیت‌های طبیعی مناطق جغرافیایی است که به اکوتوریسم (طبیعت گردی) تعبیر شده است. نام‌های دیگر این نوع گردشگری عبارتند از: گردشگری سبز، گردشگری دلسوزانه، گردشگری ملایم و گردشگری اکولوژیکی (Stefanica and Valvian-Gomez, 2010).

اکوتوریسم شامل اشکال مختلف گردشگری از جمله: گردشگری زیست محیطی، گردشگری دریایی، گردشگری ورزشی، گردشگری صید و شکار و ... می‌باشد (پاپلی یزدی و سیقایی، ۱۳۸۵، ۲۱۶). اکوتوریسم نیز می‌تواند یک سفر مسئولانه به مناطق طبیعی که از آسیب رساندن به محیط جلوگیری می‌کند و منافع مردم محلی را در سطح محلی تامین می‌کند تعریف شود (Seba, 2017, 17). (Bunruamkaew and Murayama, 2011, 270). در ادامه نیز پس از تعاریف گردشگری و اکوتوریسم، مهمترین نکته در بررسی مقوله گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم انتخاب نوع رویکرد برای مطالعه نظری آن است. با توجه به هدف اصلی مطالعه حاضر که واکاوی عوامل موثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم است، رویکرد محصول مقاصد گردشگری مورد استفاده قرار می‌گیرد. میدلتون و کلارک (۲۰۰۱) تاکید دارند که گردشگران در انتخاب مقاصد گردشگری پنج مولفه اصلی را مدنظر قرار می‌دهند. (۱) محیط و جاذبه‌های مقصد، در یک تقسیم‌بندی جاذبه‌های گردشگری شامل جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و بشرساخته است. در اکوتوریسم اصطلاح جاذبه به کوه-نوردی و غارگری، شکار و صید، طبیعت گردی، بیابان گردی، ورزش زمستانی، ورزشهای ساحلی و آبی، مردم‌شناسی، پارک‌های طبیعی و حیات وحش، دامنه‌نوردی، اطلاق می‌گردد. در واقع جاذبه رابطه تجربی است که بین گردشگر، منظر و علائم ایجاد می‌شود (حسین‌زاده دلیر و همکاران، ۱۳۹۲، ۶۹). (۲) خدمات و تسهیلات مقصد: شامل واحدهای اقامتی، حمل و نقل مقصد، خدمات اطلاعات و وجود فعالیت‌های مورد علاقه و متناسب با نوع گردشگری در منطقه است. (۳) دسترسی مقصد، شامل زیرساخت‌ها، تجهیزات (اندازه، سرعت، طیف وسایل حمل و نقل)، عوامل عملیاتی (جاده‌های مورد استفاده)، مقررات و قوانین دولتی، (۴) تصویر از مقصد: تصویر مقصد نقشی تعیین کننده در درک فرایند انتخاب مقصد توسط گردشگران، استراتژی‌های تثبیت مقصد، رفتار خرید گردشگران و تمایلات رفتاری گردشگران دارد. این عامل می‌تواند شامل دانش ذهنی از یک مقصد مانند زیبا بودن مقصد، ایمن بودن مقصد و غیره باشد (Chen and Phuo, 2013). (۵) هزینه‌های گردشگر، شامل کلیه هزینه‌های سفر به گردشگر است.

با توجه به اهمیت بیش از پیش به اکوتوریسم، ولیکن در رابطه با موضوع پژوهش حاضر با تاکید بر اکوتوریسم مطالعه‌ای صورت گرفته نشده، در این راستا در ادامه به مطالعاتی که همپوشانی با موضوع پژوهش حاضر دارد مورد بررسی قرار گرفته شد.

مروت و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان، شناسایی عوامل موثر بر تقاضای گردشگری خارجی به این نتایج دست یافتند، از سه شاخص کلی مربوط به ویژگی‌های مقصد گردشگری، یعنی زیرساخت‌های گردشگری و فضای کسب و کار، قوانین و مقررات مربوط به گردشگری و منابع انسانی، طبیعی و فرهنگی، شاخص زیرساخت‌های گردشگری و فضای کسب و کار مانند زیرساخت‌های حمل و نقل ریلی، هوایی و زمینی و همچنین رقابت‌پذیری قیمتی اثر معنی‌داری در جذب گردشگر خارجی دارند. در بین ۱۳ شاخص جزیی سه شاخص ایمنی و امنیت، شاخص منابع فرهنگی و طبیعی، شاخص رقابت‌پذیری قیمتی در صنعت گردشگری و مسافرت اثر معنی‌داری در جذب گردشگران خارجی دارند. زاهدی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان شناسایی مولفه‌های موثر در تقاضا برای سفر به مقاصد گردشگری فرهنگی تاریخی در اصفهان به این نتایج رسیدند، عوامل قیمت، جاذبه‌های اصیل و منحصر به فرد، ایمنی و امنیت،

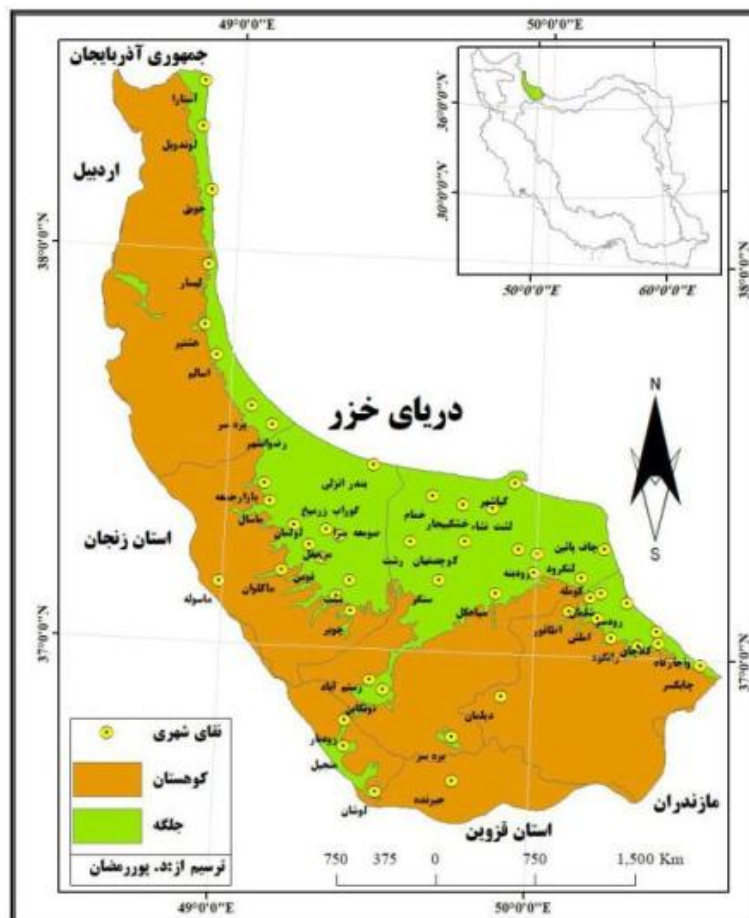
نگرش مردم و مقام‌های جامعه محلی به گردشگر و نیز خدمات گردشگری در حکم عوامل مؤثر بر انتخاب مقاصد فرهنگی تاریخی شناسایی شده‌اند. عوامل معرفی شده حاصل از تحلیل عامل اکتشافی، در مجموع تبیین کننده ۵۷/۴۱۴ درصد از عوامل انتخاب مقصد از سوی جامعه آماری مدنظر بوده است. ایرانی هریس و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی تحت عنوان، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل و مقوله‌های مؤثر بر تقاضای گردشگران خارجی (مطالعه موردی: شهر تبریز) به این نتایج دست یافتند، کیفیت خدمات در کشورهای همسایه، قیمت خدمات، وضعیت تبلیغات در مورد ایران در کشور مبدأ، نزدیکی و سازگاری فرهنگی شهر با کشور مبدأ و تصویر ذهنی و فعالیت آژانس‌های کشور مبدأ، دارای بیشترین تاثیر در تقاضای گردشگری ورودی شهر تبریز می‌باشند. آق ارکاکلی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی تحت عنوان، مطالعه عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی در استان گلستان به این نتایج دست یافتند، خصوصیات خانوار گردشگر، نوع محل اسکان در مسافرت، نحوه ایاب و ذهاب، نوع مسکن در شهر محل سکونت و فاصله شهر محل سکونت گردشگر با استان گلستان، بر تقاضای کالاهای گردشگری در استان گلستان تاثیرگذار می‌باشد.

سوگومارک (۲۰۱۱) تقاضای گردشگری به مقصد کشور تایلند را بررسی کرده است، او با بررسی گردشگرانی که از ۲۵ مبدأ مختلف این کشور را برای مقصد خود برگزیدند، متغیرهای قیمت و درآمد و نرخ ارز را در حکم متغیرهای کلیدی تقاضا برای سفر مدنظر قرار داده است. سوگومارک اما با وارد کردن متغیر روند به بازدیدکنندگان دوره پیشین، این متغیر را در دوره کوتاه‌مدت دارای تاثیر درخورد توجه ارزیابی کرده است. او همچنین با لحاظ کردن متغیر مجازی درباره شوک‌های مؤثر، مانند وقوع سونامی در جنوب و جنوب شرقی آسیا، این متغیر را بر تقاضای سفر به تایلند مؤثر ارزیابی کرده است. نونو کارلوس (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان عوامل تقاضای گردشگری در کشور پرتغال در سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۳ نشان داد، که متغیرهایی مانند قیمت‌های نسبی، درآمد سرانه، سرمایه انسانی، هزینه دولت تقاضای گردشگری بین‌المللی در کشور پرتغال را تحت تاثیر قرار می‌دهد. سیرران‌هان و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان مدل-ساز گردشگری ورودی به سریلانکا تقاضای سفر به این کشور را در دوره ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۵ بررسی کرده‌اند. در الگوی تخمین زده ایشان برای تقاضای سفر به این کشور، تعداد گردشگر ورودی در حکم متغیر وابسته و درآمد سرانه کشورهای گردشگرفرست، شاخص قیمت محصولات گردشگری، متغیر مجازی جنگ برای جنگ داخلی این کشور و متغیر روند در حکم متغیرهای مستقل معرفی شده‌اند. داده‌ها از سازمان گردشگری سریلانکا و بانک جهانی گردآوری شده‌اند و تخمین تابع برای هفت کشور اصلی گردشگرفرست به این کشور به صورت مستقل انجام پذیرفته است. کورال بایف و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان، تحلیل اقتصادسنجی تقاضای ورود گردشگر به قزاقستان، به کمک داده‌های تابلویی حاصل از شانزده کشور و با تقسیم قزاقستان به پنج منطقه گردشگری، مبدأ گردشگران ورودی به این کشور را در فاصله سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ مشخص کردند و تقاضای سفر به قزاقستان را تخمین زدند، به متغیرهای تولید ناخالص داخلی کشور مبدأ، نرخ ارز، هزینه مسافرت، هزینه اقامت در مقصد و متغیرهای تقاضای وقفه‌دار در حکم عوامل مؤثر بر تقاضای سفر به قزاقستان توجه شد.

مواد و روش‌ها

نوع پژوهش از نظر هدف کاربردی می‌باشد. پژوهش حاضر با توجه به هدف اصلی پژوهش و سئوال‌های مطرح شده، در پی واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان است که نتایج برگرفته از این پژوهش می‌تواند برای برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان در زمینه‌ی گردشگری و توسعه روستایی اثربخش باشد. روش و ابزار اطلاعات مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای، اسنادی و میدانی است. مطالعات کتابخانه‌ای جهت به دست آوردن مطالب از کتب، مقالات، بهره برده و همچنین با بررسی‌های اینترنتی مطالب لازم گردآوری گردیده شد. همچنین قابل ذکر است، عوامل و معیارهای مطرح شده در توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم با استفاده از مطالعات در پژوهش‌های مختلف و منطقه مورد مطالعه تهیه و در قابل پرسشنامه تدوین شد. برای تکمیل کردن پرسشنامه‌ها علاوه بر توزیع آنها بین گردشگران، به ادارات مربوطه در سطح محدوده مورد مطالعه مراجعه کرده و در نهایت با بررسی‌های میدانی و بحث پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در تحقیق حاضر جامعه آماری شامل دو بخش می‌باشد. بخش اول عبارت از گردشگران ورودی به استان گیلان می‌باشد، که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان (جامعه نمونه) در بخش گردشگر انتخاب گردیده شد. در بخش دوم نیز، جامعه آماری، متخصصان مرتبط با موضوع پژوهش حاضر می‌باشند، که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۰ نفر به عنوان جامعه نمونه انتخاب گردیده شد. قابل ذکر است تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده با استفاده از نرم افزار SPSS، و مدل FARAS صورت گرفت.

استان گیلان یکی از استان‌های شمالی ایران به مرکزیت کلانشهر رشت است. این استان از شمال به دریای کاسپین و کشور آذربایجان که از طریق آستارا با آن دارای مرز بین‌المللی است. از غرب به استان اردبیل، از جنوب به استان زنجان و قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می‌شود. مساحت این استان ۱۴۰۴۴ کیلومتر مربع و جمعیت آن نیز طبق سرشماری ۱۳۹۵، ۲۵۳۰۶۹۶ نفر است. رشت، بندر انزلی، لاهیجان، لنگرود، رودسر، آستانه اشرفیه، سیاهکل، املش، تالش، رضوانشهر، ماسال، شفت، فومن، صومعه سرا، آستارا، رودبار شهرهای استان گیلان را تشکیل می‌دهند و همچنین این استان دارای ۴۰ بخش و قریب به ۱۱۰ دهستان می‌باشد. قابل ذکر است طبیعت گیلان، پوشیده از جنگل و دارای آب و هوای معتدل و مرطوب است. این استان شامل مناطق سرسبز شمال غربی رشته کوه البرز و بخش غربی کرانه‌های جنوبی دریای کاسپین است و دارای روستاهای گردشگری بسیار زیادی است، از بکرترین روستاهای گیلان (حیران آستارا، سوئه چاله، سوباتان، ییلاقات لیلاکوه، کله سر، امامزاده ابراهیم شفت، روستاهای اطراف جنگل گیسوم، روستای جواهر دشت رودسر، روستای داماش، روستای دربند آستارا، روستای ویستان، روستای قلعه رودخان، روستای سرولات چابکسر، روستای اولسبلنگاه، روستای ماسوله، سلانسر، می‌باشد.



شکل ۱. نقشه موقعیت جغرافیایی استان گیلان

یافته‌های پژوهش

در ابتدا به منظور بررسی عوامل موثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان از روش تحلیل عامل اکتشافی استفاده شد. با بررسی مقادیر ویژه، درصد واریانس مشترک بین معیارها برای این ۳ عامل بر روی هم (۳۹/۳۵۱) درصد کل واریانس معیارها را تبیین می‌کند که نشان می‌دهد (۴۰) درصد از نقطه نظرات پاسخ‌دهندگان مشترک و (۶۰/۶۵) درصد فردی بوده است. این بدان معناست که واقعیت بیرونی وجود داشته است که توانسته (۴۰) درصد از تفکر پاسخ‌دهندگان را به خود جلب کرده و نظریات مشترک آنها را شکل دهد. پس از تعیین عوامل اصلی باید دید عمدتاً چه معیارهایی به هر یک از عوامل تعلق می‌گیرند. پس از آن

سئوالات مربوط به عوامل تعیین شده مشخص گردید. بر همین اساس سئوالات که همبستگی معنایی با یکدیگر دارند، در یک گروه، زیر یک عامل گذاشته می‌شوند. البته الزامی وجود ندارد که هر معیار با توجه به بزرگ بودن همبستگی آن با عامل وصل کرد. در مواقعی می‌توان به جای مرتبط کردن یک معیار به عامل مورد نظر، با توجه به پیشینه پژوهش، معیار را به عامل دیگر مرتبط کرد. تشخیص این موضوع، به تناسب کنترل با سایر معیارهایی که با عامل دوم در ارتباط هستند، بستگی دارد. بر این اساس عوامل و زیرمعیارهای هر کدام مشخص گردید (جدول شماره ۴). بر اساس نتایج جدول (۱) این طور توضیح داده می‌شود که تمامی عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در کل تنها ۴۰ درصد بر تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان اثرگذار بوده‌اند. این بدان معناست که عوامل دیگری به غیر از عوامل مطرح شده در تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم وجود دارد که در مناطق روستایی گیلان مؤثرند.

در ادامه سهم هر یک از معیارهای تعریف شده از مقدار تاثیر مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان بررسی می‌شود. سهم هر یک از معیارهای مؤثر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان در جدول (۳) ارائه شده است. اثرات این معیارها می‌تواند با یکدیگر همپوشانی داشته باشد اما آنچه اهمیت دارد، اولویت اثرگذاری معیارها است که بیشترین تاثیر را عامل کالبدی با (۴۱/۲) درصد بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان داشته و پس از آن عامل دوم (اجتماعی و فرهنگی) با (۳۵/۶)، در نهایت عامل اقتصادی با مقدار (۲۴/۳)، اثر خود را در توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در روستاهای گیلان به خود اختصاص داده‌اند.

جدول (۱): مجموع واریانس تبیین شده قبل و بعد از چرخش

عامل	مقادیر ویژه معیارهای استخراجی بدون چرخش			مقادیر ویژه عوامل استخراجی بعد از چرخش		
	جمع	واریانس بر حسب %	واریانس تجمعی بر حسب %	جمع	واریانس بر حسب %	واریانس تجمعی بر حسب %
	Total	0/ of variance	Cumulative 0/0	Total	0/ of variance	Cumulative 0/0
اقتصادی	۱۲/۴۳۲	۳۱/۱۲۳	۳۱/۱۲۳	۶/۵۶۴	۱۵/۵۶۴	۱۵/۵۶۴
اجتماعی و فرهنگی	۴,۳۳۴	۷/۳۵۶	۳۸/۴۸۶	۶/۴۴۵	۱۱/۳۳۴	۲۶/۸۹۸
کالبدی	۵/۳۴۲	۸/۳۳۴	۴۶/۸۲	۷/۳۴۱	۱۲/۴۵۳	۳۹/۳۵۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

جدول (۲): بررسی تاثیر کلی مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی

اثر	ارزش	sig	Partial Eta Squard
مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه تقاضای اکوتوریسم	۰/۵۱۲	۰/۰۰۰	۰/۵۱۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

جدول (۳): میزان اثر هر عامل بر توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی

عامل	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم
مجذور ضریب اثر	اقتصادی	اجتماعی و فرهنگی	کالبدی
درصد اثر معیار	۲۴/۳	۳۵/۶	۴۱/۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

در ادامه نیز تاثیر هر یک از زیرمعیارهای عوامل (کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) در جدول (۴) آمده است. بر این اساس مشخص می‌شود که در عامل کالبدی، زیرمعیار (وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد) بیشترین درصد اثر و معیار (مناسب بودن تجهیزات تفریحی و ورزشی) کمترین میزان اثر را داشته، در عامل اقتصادی، زیرمعیار (ارزان بودن سفر به روستاهای گیلان) بیشترین میزان تاثیر و زیر معیار (قیمت مناسب اقامتگاههای رفاهی و سوییتهای گردشگری) کمترین میزان تاثیر را داشته، در نهایت عامل اجتماعی، زیرمعیار (جذابیت سبک زندگی خاص مردم روستای گیلان برای گردشگران) بیشترین میزان تاثیر و زیرمعیار (سطح آگاهی و آموزش ساکنین روستا نسبت به گردشگران) کمترین میزان تاثیر را در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان می‌باشد.

جدول (۴): درصد اثر معیارهای عوامل موثر بر توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی

درصد اثر	Partial Eta Squared	زیرمعیار	عامل	
۵۶/۶	۰/۵۶۶	وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد	کالبدی	
۵۴/۲	۰/۵۴۲	وجود ارتفاعات و بیلافتات		
۵۵/۴	۰/۵۵۴	دسترسی آسان به جنگل جهت استفاده گردشگران		
۵۳/۲	۰/۵۳۲	وجود جاذبه‌های متعدد در روستاها		
۵۴/۳	۰/۵۴۳	وجود رودخانه‌های متعدد		
۵۶/۱	۰/۵۶۱	وجود میوه‌های مناسب و محصولات منحصر به فرد		
۵۲/۲	۰/۵۲۲	وجود مناطق حفاظت شده با حیات وحش متنوع		
۲۳/۱	۰/۲۳۱	مناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن)		
۲۸/۷	۰/۲۸۷	مناسب بودن راه‌ها و ترافیک در تعطیلات		
۱۲/۱	۰/۱۲۱	مناسب بودن تجهیزات تفریحی و ورزشی		
۱۸/۴	۰/۱۸۴	فضای تفریحی مناسب در روستا		
۵۴/۳	۰/۵۴۳	محیط زیست سالم و مناظر طبیعی بکر		
۳۰/۰۱	۰/۳۰۱	منابع آب، خاک و اقلیم مناسب		
۳۱/۲	۰/۳۱۲	پوشش گیاهی مناسب و کاهش تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی		
۲۱/۱	۰/۲۱۱	وجود مراکز رفاهی و اقامتگاه‌های مناسب برای گردشگران	اقتصادی	
۲۰/۳	۰/۲۰۳	وجود خدمات بهداشتی و درمانی		
۳۴/۵	۰/۳۴۵	ارزان بودن سفر به روستاهای گیلان		
۲۳/۱	۰/۲۳۱	قیمت مناسب اقامتگاههای رفاهی و سویت‌های گردشگری		
۳۱/۴	۰/۳۱۴	قیمت مناسب غذاهای محلی		
۲۹/۸	۰/۲۹۸	قیمت ایاب و ذهاب		
۲۴/۳	۰/۲۴۳	قسمت سوغاتی‌های روستاهای گیلان		
۴۵/۶	۰/۴۵۶	وجود آداب، رسوم و فرهنگ بومی و محلی در گیلان		اجتماعی و فرهنگی
۴۹/۳	۰/۴۹۳	افزایش حس همکاری و مشارکت در بین مردم روستا با گردشگران		
۳۳/۵	۰/۳۳۵	سطح آگاهی و آموزش ساکنین روستا نسبت به گردشگران		
۵۶/۷	۰/۵۶۷	امنیت سیاسی و اجتماعی روستاهای گیلان برای گردشگران		
۵۵/۳	۰/۵۵۳	کاهش تخلفات اجتماعی در روستاهای گیلان		
۵۹/۱	۰/۵۹۱	جذابیت سبک زندگی خاص مردم روستای گیلان برای گردشگران		
۴۹/۸	۰/۴۹۸	چهره و تصویر ذهنی مثبت گردشگران از ساکنین روستاهای گیلان		
۵۰/۲	۰/۵۰۲	تبلیغات مثبت از روستاهای گیلان برای گردشگران		
۳۲/۱	۰/۳۲۱	وجود افراد آشنا و ارتباط با آنها در روستاهای گیلان		
۳/۴۵	۰/۳۴۵	نزدیکی و سازگاری فرهنگی روستاهای گیلان با منطقه گردشگران		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

مطابق جدول (۴)، در بعد کالبدی، معیارهای (مناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن)، مناسب بودن راه‌ها و ترافیک در تعطیلات، مناسب بودن تجهیزات تفریحی و ورزشی، فضای تفریحی مناسب در روستا، وجود مراکز رفاهی و اقامتگاه‌های مناسب برای گردشگران، وجود خدمات بهداشتی و درمانی، کمترین میزان تاثیر را در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان داشته‌اند، در بعد اقتصادی نیز، معیارهای قیمت مناسب اقامتگاه‌های رفاهی و سویت‌های گردشگری، قیمت ایاب و ذهاب، قسمت سوغاتی‌های روستاهای گیلان، کمترین میزان تاثیر را در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان به خود اختصاص داده‌اند. بعد اجتماعی و فرهنگی نیز معیارهایی چون: وجود افراد آشنا و ارتباط با آنها در روستاهای گیلان، سطح آگاهی و آموزش ساکنین

روستا نسبت به گردشگران، نزدیکی و سازگاری فرهنگی روستاهای گیلان با منطقه گردشگران، وجود افراد آشنا و ارتباط با آنها در روستاهای گیلان کمترین میزان تاثیر در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان داشته‌اند. در ادامه نیز پس از حذف این معیارها به دلیل عدم تاثیرشان در توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان؛ با استفاده از مدل FARAS به رتبه‌بندی مجدد عوامل پرداخته شده است. در ابتدا قبل از هر گونه تحلیل، علامت اختصاری هر یک از معیارها مشخص گردید. جدول (۵).

جدول (۵): علامت اختصاری هر یک از معیارهای تاثیرگذار در توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم

علامت اختصاری	ابعاد	عوامل
C11	وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد	کالبدی
C12	وجود ارتفاعات و بیلافات	
C13	دسترسی آسان به جنگل جهت استفاده گردشگران	
C14	وجود جاذبه‌های متعدد در روستاها	
C15	وجود رودخانه‌های متعدد	
C16	وجود میوه‌های مناسب و محصولات منحصر به فرد	
C17	وجود مناطق حفاظت شده با حیات وحش متنوع	
C18	محیط زیست سالم و مناظر طبیعی بکر	
C21	ارزان بودن سفر به روستاهای گیلان	اقتصادی
C22	قیمت مناسب غذاهای محلی	
C31	وجود آداب، رسوم و فرهنگ بومی و محلی در گیلان	اجتماعی و فرهنگی
C32	افزایش حس همکاری و مشارکت در بین مردم روستا با گردشگران	
C33	امنیت سیاسی و اجتماعی روستاهای گیلان برای گردشگران	
C34	کاهش تخلفات اجتماعی در روستاهای گیلان	
C35	جذابیت سبک زندگی خاص مردم روستای گیلان برای گردشگران	
C36	چهره و تصویر ذهنی مثبت گردشگران از ساکنین روستاهای گیلان	
C37	تبلیغات مثبت از روستاهای گیلان برای گردشگران	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

جدول (۶): ادغام نظر خبره‌ها

	کالبدی			اقتصادی			اجتماعی و فرهنگی		
	α	β	γ	α	β	γ	α	β	Γ
C11	6.56	6.67	7.76	3.44	3.67	3.87	4.33	3.44	4.66
C12	7.32	7.33	5.44	3.35	3.95	3.89	5.54	3.78	3.45
C13	6.33	6.42	6.56	4.45	4.67	4.57	3.98	4.33	3.77
C14	8.85	6.56	7.56	4.74	4.43	4.44	4.57	4.43	4.56
C15	7.44	6.88	6.66	3.33	4.89	3.95	4.12	3.98	3.76
C16	6.44	6.42	6.45	4.41	4.67	3.44	4.65	4.12	3.12
C17	5.66	7.66	6.53	3.34	4.33	3.54	4.33	4.33	3.45
C18	6.12	6.44	6.87	3.44	3.41	3.67	4.21	4.65	3.66
C21	5.67	7.99	6.99	4.65	4.43	4.45	4.33	4.67	3.16
C22	6.19	8/99	6.43	3.35	3.44	4.65	4.67	3.52	3.66
C31	7.33	5.00	6.55	3.44	3.21	3.33	3.66	3.77	3.12
C32	6.54	5.98	6.32	4.33	3.54	3.32	4.44	3.31	3.65
C33	6.55	5.88	6.88	4.33	3.44	3.45	4.33	3.44	4.66
C34	7.66	6.13	8.33	4.12	3.21	3.45	5.54	3.78	3.45
C35	6.56	6.67	7.76	3.77	3.65	3.33	3.98	4.33	3.77
C36	6.74	6.34	6.87	3.66	3.44	4.12	4.57	4.43	4.56
C37	6.56	6.67	7.76	3.12	3.21	4.41	4.12	3.98	3.76

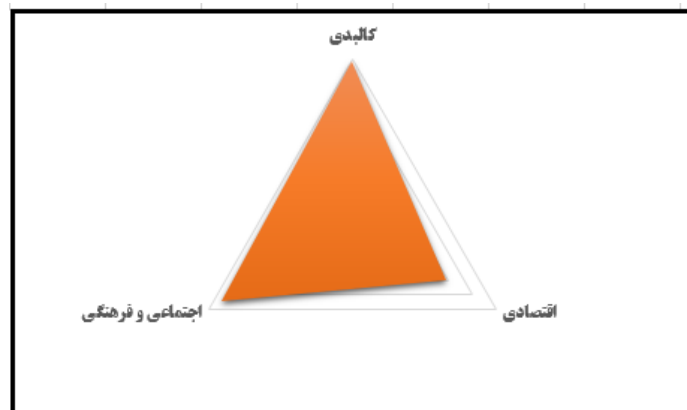
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

پس از نرمال‌سازی مقادیر اولیه ماتریس تصمیم به تعیین مقدار تابع بهینگی و درجه مطلوبیت هر گزینه پرداخته شده است.

جدول (۷): مقدار تابع بهینگی و درجه مطلوبیت

	کالبدی			اقتصادی			اجتماعی و فرهنگی		
	α	β	γ	α	β	γ	α	β	Γ
$\otimes S$	0.334	0.245	0.223	0.241	0.255	0.234	0.261	0.244	0.213
S_j	0.345			0.134			0.298		
K_j	0.590			0.389			0.542		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰



شکل ۲. نمودار مقدار تاثیر هر یک از عوامل در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان، منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

مطابق جدول (۷)، و شکل (۲)، به ترتیب بعد کالبدی با مقدار وزن (۰/۵۹۰)، بعد اجتماعی و فرهنگی با مقدار وزن (۰/۵۴۲)، بعد اقتصادی با مقدار وزن (۰/۳۸۹)، بالاترین و پایین‌ترین رتبه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

در ادامه نیز، برای برخورداری از سطح تقاضای مطلوب اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان، علاوه بر برخورداری و اتخاذ تدابیر مناسب برای رفع معیارهای مناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن)، مناسب بودن راه‌ها و ترافیک در تعطیلات، مناسب بودن تجهیزات تفریحی و ورزشی، فضای تفریحی مناسب در روستا، وجود مراکز رفاهی و اقامتگاه‌های مناسب برای گردشگران، وجود خدمات بهداشتی و درمانی، و معیارهای قیمت مناسب اقامتگاههای رفاهی و سوئیت‌های گردشگری، قیمت ایاب و ذهاب، قسمت سوغاتی‌های روستاهای گیلان و در نهایت معیارهای افزایش سطح آگاهی و آموزش ساکنین روستا نسبت به گردشگران، لازم است با جهت هم‌افزایی عملکردی در راستای توسعه تقاضای اکوتوریسم در این مناطق روستایی و با لحاظ دیدگاه سیستمی، همبستگی عوامل نیز مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. در این راستا نتایج به دست آمده از برقراری همبستگی نشان داد که سطح معناداری در عوامل (کالبدی، اقتصادی، اجتماعی)، کمتر از ۰/۰۵ است که مورد تایید می‌باشد، همچنین رابطه بین عوامل کالبدی با کالبدی، اقتصادی با اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با اجتماعی و فرهنگی، از نظر شدت همبستگی بین عوامل بسیار قوی است به طوری که در این عوامل رابطه هر عامل با خودش عدد ۱ است.

جدول (۸): همبستگی بین عوامل موثر بر توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی

عامل		کالبدی	اقتصادی	اجتماعی و فرهنگی
کالبدی	R		۰/۴۵۳	۰/۴۷۸
	Sig		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
اقتصادی	R	۰/۳۴۵		۰/۳۵۶
	Sig	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰
اجتماعی و فرهنگی	R	۰/۳۵۶	۰/۴۱۲	
	Sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

رابطه همبستگی بین عوامل نشان داد که از نظر گردشگران برای توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در این مناطق روستایی، نیازمند وجود همبستگی بین عوامل می‌باشد. به عبارت دیگر، گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم به عنوان یک رویکرد سیستمی در نظر گرفته می‌شود که توسعه در تقاضای آن در روستاهای گیلان در گرو پیشرفت مطلوب در همه عوالم می‌باشد و پیشروی‌های تک عاملی کارساز و موثر نخواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

بسط و توسعه اکوتوریسم و تلاش در جهت رونق آن از جمله راهکارهای دولت در سال‌های اخیر در جهت مقابله با مشکلاتی مانند کمبود منابع درآمدی روستایی و مهاجرت روزافزون به شهرها می‌باشد. توجه به پارامترهای تاثیرگذار بر توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان، مانند عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، تاثیر بسیار مهمی در ایجاد رونق در این صنعت و دستیابی به اهداف تعیین شده آن می‌باشد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در بعد کالبدی معیارهای (مناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن)، مناسب بودن راه‌ها و ترافیک در تعطیلات، مناسب بودن تجهیزات تفریحی و ورزشی، فضای تفریحی مناسب در روستا، وجود مراکز رفاهی و اقامتگاه‌های مناسب برای گردشگران، وجود خدمات بهداشتی و درمانی از سوی گردشگران کمترین میزان تاثیر را در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی داشته است. بدین سان با توجه به معیارهای مطرح شده در این بعد و اهتمام مسئولان استانی در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان، فراهم نمودن شرایطی در جهت توسعه امکانات زیرساختی، خدمات بهداشتی و درمانی، مراکز رفاهی و اقامتی، از جمله راهکارهای توسعه در تقاضای اکوتوریسم در روستاهای گیلان خواهد بود. نتایج این قسمت از مطالعه با یافته‌های مروت و همکاران (۱۳۹۷)، بر اهمیت این معیارها در انتخاب مقصد گردشگری تاکید شده است، همخوانی و مطابقت دارد.

در عامل اقتصادی نیز معیاری‌های قیمت مناسب اقامتگاه‌های رفاهی و سوویت‌های گردشگری، قیمت ایاب و ذهاب، قسمت سوغاتی‌های روستاهای گیلان از سوی گردشگران تاثیرچندان خوبی در توسعه تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان نداشته است، در واقع گردشگران رضایت مطلوبی از این معیارها نداشته‌اند. خوشمزه‌ترین جاذبه گردشگری گیلان و روستاهای آن غذاهای محلی است که طعم طبیعت در درونش رسوخ کرده و باقلاقاتو، ساده‌ترین و خوشمزه‌ترین ابداعات آشپزی این خطه سرسبز است و بس و دیگر نمی‌گوییم از مطمئن مرغابی (مرغابی، رب انار، مغز گردو و...)، شیرین قورمه و ... همین‌هاست که سفره گیلان را در کنار آدلاید استرالیا، بارسلونا از اسپانیا، برگن از نروژ، بوداپست از مجارستان، دیتريت از آمریکا، لیورپول از انگلیس، رم از ایتالیا، مونته ویدئو از اروگوئه، سالوادور برزیل و سنگاپور به عضویت شبکه شهرهای خلاق جهان پیوند داده است. آنچه از سوی گردشگران به غیر از نوع غذا و کیفیت آن در نقاط اکوتوریسمی اهمیت فراوانی دارد، بحث قیمت آنها می‌باشد، که بیشتر گردشگران در رابطه با قیمت غذاهای محلی مناطق روستایی این استان رضایت مطلوبی نداشته‌اند و همین عامل در کاهش تقاضای اکوتوریسم در مناطق روستایی گیلان تاثیر داشته است. همچنین این نکته قابل ذکر است که یکی از اصول توسعه پایدار در گردشگری کمک به رفاه جامعه محلی برآورده می‌شود، و کاهش قیمت در غذاهای محلی می‌تواند آسیبی برای مردم بومی روستاهای گیلان باشد، از دیدگاه بسیاری از ساکنین بومی روستاهای گیلان با افزایش قیمت در مواد اولیه در تهیه غذاهای محلی دور از انتظار است که کاهش قیمت در غذاهای محلی را داشته باشیم، لذا باید تدبیر دو سویه در راستای رضایتمندی گردشگران و مردم بومی روستاهای گیلان صورت گیرد. در رابطه با قیمت مناسب اقامتگاه‌های رفاهی و سوویت‌های گردشگری قابل ذکر است، توسعه در تقاضای اکوتوریسم مستلزم توجه به تسهیلات رفاهی و قیمت مناسب مراکز رفاهی و تفریحی برای گردشگران است. نتایج این قسمت از مطالعه با یافته‌های آق ارکاکلی و همکاران (۱۳۹۸)، ایرانی هریس و همکاران (۱۳۹۸)، زاهدی و همکاران (۱۳۹۷)، سووکمارک (۲۰۱۱)، نونوکارلوس (۲۰۱۵)، کورال یابف و همکاران (۲۰۱۷)، بر اهمیت این معیارها در انتخاب مقصد گردشگری تاکید شده است، همخوانی و مطابقت دارد.

عامل اجتماعی نیز معیارهای افراد آشنا و ارتباط با آنها در روستاهای گیلان، سطح آگاهی و آموزش ساکنین روستا نسبت به گردشگران، نزدیکی و سازگاری فرهنگی روستاهای گیلان با منطقه گردشگران، وجود افراد آشنا و ارتباط با آنها در روستاهای گیلان، کمترین میزان تاثیر را در توسعه تقاضای اکوتوریسم داشته است، در ادامه نیز با حذف معیارهای مطرح شده از پرسشنامه با استفاده از مدل آراس خاکستری به رتبه‌بندی عوامل اقتصادی، کالبدی و اجتماعی و فرهنگی با استفاده از نظرات متخصصان پرداخته شد. نتایج نشان داد، به ترتیب بعد کالبدی با مقدار وزن (۰/۵۹۰)، عامل اجتماعی و فرهنگی با مقدار وزن (۰/۵۴۲)، بعد اقتصادی با مقدار وزن (۰/۳۸۹)، بالاترین و پایین‌ترین رتبه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین نتایج همبستگی بین عوامل نشان داد، از نظر گردشگران برای توسعه تقاضای گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم در این مناطق روستایی، نیازمند وجود همبستگی بین عوامل می‌باشد. به عبارت دیگر، گردشگری مبتنی

بر اکوتوریسم به عنوان یک رویکرد سیستمی در نظر گرفته می‌شود که توسعه در تقاضای آن در روستاهای گیلان در گرو پیشرفت مطلوب در همه عوالم می‌باشد و پیشروی‌های تک عاملی کارساز و موثر نخواهد بود.

در یک جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت، امروزه اهمیت زیرساخت‌های اکوتوریسم در جذب گردشگران به روستاهای گیلان بسیار زیاد است و با وجود آنکه شاید وجود منابع طبیعی شرط لازم در جذب گردشگر به سوی روستاهای گیلان باشد، اما کافی نیست. بر همین اساس با وجود آنکه روستاهای استان گیلان از منابع طبیعی نسبت غنی در جذب گردشگر برخوردار است، اما نتوانسته از این مزیت خود استفاده کند. بنابراین به سیاستگذاران توصیه می‌گردد تا با سرمایه‌گذاری مناسب در زیرساخت‌های مربوط به گردشگری مانند گسترش و بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل، کاهش قیمت در ایاب و ذهاب، افزایش کمیت و کیفیت و کاهش قیمت در مراکز اقامتی و رفاهی، ... تلاش کنند تا روستاهای استان گیلان به جایگاه واقعی خود در جذب گردشگر ارتقا یابد، در این راستا، بر اساس نتایج به دست آمده، راهکارهای ذیل نیز پیشنهاد گردیده شد:

- بستر سازی و آموزش عمومی در رابطه با نحوه برخورد مناسب با گردشگران در قالب‌های داستانی، نمایشی و گزارشی و افزایش آگاهی‌های عمومی در زمینه توسعه صنعت اکوتوریسم با استفاده از رسانه‌های عمومی.
- حمایت از بخش خصوصی بومی و روستایی و جذب سرمایه‌ها برای سرمایه‌گذاری در جهت احداث تاسیسات رفاهی و مراکز اقامتی در روستاهای گیلان.
- آموزش روستاییان و بالا بردن اطلاعات آنان در زمینه گردشگری و اکوتوریسم و فرهنگ‌سازی در این زمینه.

منابع

- آق ارکاکلی، آنامحمد. یحیی‌زاده فر، محمود. گندم‌فشان، دینا. اسمعیل‌خان به بین، ناهید. ۱۳۹۸. مطالعه عوامل موثر بر تقاضای گردشگری داخلی در استان گلستان. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. دوره ۸، شماره ۳.
- امینیان و همکاران. ۱۳۹۱. بررسی فرصت‌ها و چالش‌های توسعه پایدار اکوتوریسم ایران، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی سمنان.
- ایرانی هریس، صیاد. شریعت پناهی، مجید ولی. رحمانی، بیژن. ۱۳۹۸. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل و مقوله‌های موثر بر تقاضای گردشگران خارجی (مطالعه موردی: شهر تبریز). فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال ۱۶، شماره ۶۱.
- پاپلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی، ۱۳۸۶، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران، چاپ دوم.
- جانی، سیاوش و دنیابین، فهیمه. ۱۳۹۶. بررسی عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی: مطالعه بین‌استانی، مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۲، پاییز ۳۰، ۵۳-۹۶.
- حسین زاده دلیر، کریم، پورمحمدی، محمدرضا، مدادی، صمد. ۱۳۹۱. ارزیابی پراکنش فضاهای گردشگری تاریخی-فرهنگی و خدمات جانبی آن در شهر تبریز، جغرافیا و برنامه ریزی، شماره ۴۱، صص ۹۴-۶۷.
- دائی کریم‌زاده، سعید. قبادی، سارا. فرودستان، نسیم. ۱۳۹۲. عوامل موثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران: رهیافت خود توضیح با وقفه‌های گسترده (ARDL). فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری. سال ۸، شماره ۲۳، صص ۱۳۱-۱۵۴.
- رضوانی، محمدرضا. مرادی، مهرنوش. ۱۳۹۱. امکان سنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال یکم، شماره ۲. پی‌اپی ۱. صص ۱۵-۴۰.
- زاهدی، محمد. اکبری، نعمت‌الله. عمادزاده، مصطفی. خوش اخلاق، رحمان. رنجبریان، بهرام. ۱۳۹۷. شناسایی مولفه‌های موثر در تقاضا برای سفر به مقاصد گردشگری فرهنگی تاریخی (نمونه پژوهی: اصفهان). اقتصاد شهری، دوره ۳، شماره ۱. صص ۳۷-۴۲.
- مروت، حبیب. سالم، علی‌اصغر. خادم‌نعمت‌اللهی، محبوبه. ۱۳۹۷. شناسایی عوامل موثر بر تقاضای گردشگری خارجی، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی. سال ۱۸، شماره ۶۹. صص ۲۷۵-۳۰۶.
- یعقوبی منطری، پریسا. آقامیری، سید امیر. ۱۳۹۷. بررسی پیوندهای پسین و پیشین صنعت هتل‌داری برای افزایش تولید و اشتغال در ایران. فصلنامه گردشگری و توسعه، سال ۷، شماره ۴. صص ۳۷-۱۸.

Bunruamkaew, KH.; Murayama, Y. (2011) Site Sustainability Evaluation for Ecotourism Using GIS and AHP: A Case Study of Surat Thani Province, Thailand, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 21, P. 269 – 278

- Chen, C., Phou, S., (2013), a closer look at destination: Image, Personality, Relationship and Loyalty, *Tourism Management*, 36(2), pp. 269-278.
- Carlos Leitao, Nuno, (2015), "Portuguese Tourism Demand: A Dynamic Panal Data Analysis", *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(3), 673-677.
- Cater, E. (2000). *Ecotourism in the third world; Problems and prospect for sustainability*, Tourism Management.
- Fennell, D. A. (2006). *Introduction Ecotourism*, Translated by Jafar Oladi Ghadikolaei. Babolsar: Mazandaran University Press.
- Kuralbayev, A., and ibid. (2017). "Econometrical Analysis of the Demand for Entrance Tourism in Kazakhstan". *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 262-268.
- Mcintosh, Robert. W., goeldner, Charles Rand R itchie., R. Brent. (1995). *Tourism, Principles, practices, philosophies*, United states of America: JOHN wiley & sons, Inc.
- Middleton, V., Clarke, J., (2001), *marketing in travel and tourism*, Third edition.
- Seba, JA. (2012) *Ecotourism and Sustainable Tourism: New Perspectives and Studies*, Apple Academic. Press, Inc. International Standard Book, Number 13: 978.
- Sireeranhan, and ibid. (2017). "Modeling the inbound tourism demand in Sri Lanka", *Economics and business statistics*, Griffith Business School. Griffith University
- Stefanica, M., &Valvian.Gomez. M. 2010. *Development, Studies and Scientific Researches-Econimic Edition*. 15.pp480-486.
- Sookmark, S. (2011). *An Analysis of International Tourism Demand in Thailand*. School of Development Economics, National Institute of Development Administration.